

PROPAGANDAS TELEVISIVAS E A FIGURA FEMININA: violência simbólica ou empoderamento?

Autor¹, Orientador²
IFRR, campus Boa Vista

Liriel Farias de Souza, DEICE SILVA TEIXEIRA

Palavras-chave: Discriminação. Empoderamento. Mulheres. Propagandas. Violência.

Apoio financeiro: PIBICT/IFRR.

Resumo: As mulheres têm tomado cada vez mais espaço em lugares que, por muito tempo, eram masculinos. Em uma sociedade da era da tecnologia, as propagandas televisivas se tornam um meio de comunicação ainda mais evidente de se propagar pensamentos, emoções e induzir ações para compra ou não de um produto. No passado, mulheres protagonizavam os comerciais de TV ao lado da figura masculina, grande parte das vezes, em numa posição inferior e/ou sexualizada; isso, de maneira explícita. De maneira implícita, as mulheres apareciam em posições inferiorizadas, contendo argumentos implícitos, que traziam um discurso violento contra as mulheres, mas uma violência simbólica no sentido usado por Pierre Bourdieu. Violência que se caracteriza por ser imperceptível, pois é normalizada pelas vias de comunicação. E como estão as peças publicitárias hoje? O objetivo desta pesquisa é verificar a presença da violência simbólica nas propagandas de televisão e comparar com as propagandas de dez anos atrás, consoante conclusões trazidas por Deice Teixeira em sua pesquisa de dissertação. A metodologia consiste em etapas, de acordo com as mesmas perseguidas pela professora em sua pesquisa, qual seja: pesquisas bibliográficas, usando o mesmo referencial teórico que a autora utilizou, embora atualizado no que se permitiu; após, a segunda etapa foi observação, seleção e análise de propagandas; a terceira etapa foi a comparação dos resultados das duas pesquisas. Durante o período de quatro meses, observaram-se as propagandas nos canais de televisão abertos no horário noturno. Depois, foi feita a seleção de três propagandas dirigidas a diferentes públicos-alvo para uma análise detalhada de cada uma. Como conclusão, nas propagandas comparadas, percebe-se a presença da violência simbólica, atualmente, com menos frequência que na pesquisa anterior. Esta, e as propagandas ainda mostram falas, ações e gestos que, em alguma representação de sentido,

¹ Bolsista do PIBICT - IFRR/*Campus* Boa Vista. Acadêmica de Licenciatura em Ciências Biológicas. E-mail:

² Professora do IFRR/*Campus* Boa Vista. E-mail:



29 e 30 de novembro e 1º de dezembro de 2023

apresentam a figura masculina superior à feminina, ditando a realidade vista desde uma divisão sexualizada dos corpos. Entretanto, apesar disso, também foi verificado que a figura feminina aparece muito mais empoderada do que dez anos atrás.

¹ Bolsista do PIBICT - IFRR/*Campus* Boa Vista. Acadêmica de Licenciatura em Ciências Biológicas.
E-mail:

² Professora do IFRR/*Campus* Boa Vista. E-mail: